

Имидж британской монархии на международной арене в XXI веке.

Научный руководитель – Минаева Людмила Владимировна

Баканова Виктория Константиновна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет мировой политики, Кафедра международной коммуникации, Москва, Россия

E-mail: bakanova.victoria@mail.ru

Британская монархия - интересный, уникальный феномен Соединенного Королевства. На сегодняшний день имидж британской монархии формируется разными способами, такими как освещение средствами массовой информации деятельности членов британской Королевской семьи и событий с их участием, создание имиджа монархии путем невербальных средств, к которым относят фото- и кинопродукцию, «королевская мода». Эффективность деятельности оценивается итоговым коммуникационным продуктом [n1], результат которого будет отражен ниже.

Прошедшие Юбилеи и королевская свадьба, вызвав восхищение монархией, серьезно упрочили уважение к Великобритании со стороны ее международных партнеров, тем самым не только укрепив, но и повысив имидж британской монархии. За королевской свадьбой 2011 г. наблюдали около двух миллиардов людей из 180 стран мира.

Бриллиантовый юбилей Королевы Елизаветы, прошедший в 2012 г., по масштабу был сопоставим с церемонией открытия Олимпийских игр-2012 в Лондоне. Он привлек 50000 гостей, а в результате освещения события в СМИ более миллиарда человек наблюдали за празднованием. Наравне с Бриллиантовым юбилеем самым важным информационным событием в мире стало рождение в 2013 г. принца Георга, сына принца Уильяма и герцогини Кейт [n3], а в 2015 г. появление на свет принцессы Шарлотты. Не менее широко прошли празднования в 2016 г. 90-летнего юбилея Елизаветы и Сапфирового юбилея 2017 г., знаменующего 65 лет на троне [n6].

В современном мире социальные сети являются одним из перспективных направлений управлением имиджа. Идя в ногу со временем и ролью информационных технологий в наши дни, социальные сети отмечают присутствие Королевской семьи. В 2009 г. была создана официальная страничка в Twitter - <https://twitter.com/RoyalFamily>. На данный момент на Twitter Королевской семьи подписались свыше 2.75 млн человек, которые ежедневно получают информацию о деятельности Елизаветы II и членов королевской семьи [n4]. В январе 2015 г. герцогиня Кейт, принц Уильям и принц Гарри завели свою страничку в Twitter, которая получила имя по названию Кенсингтонского дворца <https://twitter.com/KensingtonRoyal> (свыше 800 тыс. подписчиков) [n7]. Страничка рассказывает о новостях из жизни трех членов Королевской семьи. Большую популярность среди мировой общественности имеет страница в известной социальной сети Instagram (1,7 млн подписчиков), имеющая схожее имя - http://instagram.com/kensingtonroyal/?utm_source=twitter [n8]. Кроме социальных сетей в интернете существует официальный сайт герцога и герцогини Кембриджских, где любой пользователь сможет найти всю необходимую информацию - <http://www.dukeandduchessofcambridge.org/>.

Важным источником формирования имиджа британской монархии стали художественный фильм «Королева» (2006г.) и телесериал «Корона» (2016г.), которые несут в себе мощный послы мировому сообществу. Фильмы принесли колоссальные кассовые сборы по всему миру, что лишним раз подчеркивает привлекательность британской монархии.

Одним из основных символов, составляющих имидж британской монархии, является королевская мода, в свое время принцесса Диана стала настоящей «иконкой стиля».

Согласно данным консалтинговой компании Brand Finance общая стоимость британской монархии в качестве бренда на 2016 г. составляет 58,4 млрд фунтов [п5], а ее вклад в экономику Великобритании - более 1 млрд фунтов. «Монархия - мощный стимул для личных и корпоративных брендов, а также для бренда всей нации» [п2].

Проведенное исследование позволяет сделать следующий вывод: система коммуникационных продуктов эффективно используется при продвижении позитивного имиджа британской монархии на международной арене в XXI веке. Общество привлекает бренд «британской монархии», о чем свидетельствуют большое количество интересующихся жизнью и деятельностью членов Королевской семьи в социальных сетях, кассовые сборы фильмов.

Список литературы:

- 1) Алешина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров. М.: ИКФ: ЭКМОС, 2002. 478 с.
- 2) Синецкий, С. Б. Культурная политика XXI века: от прецедента Истории к проекту Будущего [Текст] : моногр. / С. Б. Синецкий. - Челябинск : Энциклопедия, 2015. - 288 с.
- 3) «Мягкая сила» Великобритании Или о роли монархии в современном Соединенном королевстве, в частности в контексте рождения принца Георга // URL: <http://www.day.kiev.ua/ru/article/den-planety/myagkaya-sila-velikobritanii> (дата обращения: 24.02.2017)
- 4) Принц Уильям с супругой и принцем Гарри завели Twitter и Instagram // URL: <http://www.rg.ru/2015/01/15/princes-site-anons.html> (дата обращения: 24.02.2017)
- 5) Brand Finance // URL: <http://brandfinance.com/news/queen-at-90-british-crowns-net-worth-estimated-at-58bn/> (дата обращения: 24.02.2017)
- 6) Queen makes history with Sapphire Jubilee: Royal gun salutes mark 65-year reign // The Telegraph URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/2017/02/06/queen-makes-history-reaches-sapphire-jubilee/> (дата обращения: 24.02.2017)
- 7) Twitter: <https://twitter.com/>
- 8) Instagram: <https://www.instagram.com/>